

武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

- ◎令和元年度は国内において、世界柔道選手権大会や空手プレミアリーグ東京などの国際大会が実施された。
- ◎国レベルの国際大会や指導者講習会等は日本武道協議会加盟団体ごとに毎年実施されている。
- ◎全国都道府県立武道館協議会においては、広島県が交流計画を策定するなど、今後、取り組みが広がることが期待される。
- ◎日本古武道協会においては、大東流合気柔術が特別稽古を8月に実施(6日間海外修業者130名参加、日本武道館研修センター)するなど、各流派団体ごとに国際交流事業が実施されている。

課題と対応策

◎指導者層(コア層)

指導者層においては、毎年、日本武道協議会加盟団体ごとに国際大会や指導者講習会などの事業が実施されており、武道の国際化に伴い、今後も事業の自然拡大が期待される。

◎中間層(ミドル層)

今後の武道ツーリズム拡大が期待できるのはこの中間層である。全国都道府県立武道館協議会及び日本古武道協会加盟団体は、いずれも活動拠点が全国に広がっており、日本武道協議会各都道府県連盟を含め、各団体、流派が実施する国際交流事業は、指導者層と中間層が対象となっている。

課題は次の3点である

- ①いかに相手側のニーズを掘り起こすのか ⇒ 固まりをどう掴むか
- ②どのようなネットワークで連絡調整するのか ⇒ 誰が、どのような団体がマネジメントするのか
- ③日本側はどのような態勢で受け入れるのか ⇒ 会場、宿泊所、指導者、受講料等をどうするのか。

この中間層の掘り起こしと実行こそが武道ツーリズムの将来の鍵といえる。

◎初心者層(ライト層)

武道は基礎基本が大事で、交流には一定の技能習得が必要である。初心者がいきなり、国際交流ということは武道の世界においては考えられない。よって、初心者層については、各地のお城巡りや忍者屋敷などの観光で対応していくことになると考えられる。

以上

武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

武道ツーリズム × Society5.0時代の仕組みづくり(骨太の方針2019)

1, デジタルマーケティングの手法を活用したJNTOや各地の取り組みが進む

事例)JNTO事例紹介動画

<https://www.youtube.com/watch?v=6W3qEnkqkmM>

1)デジタルファースト宣言

別府市、都城市、浜松市、複数の都道府県が検討中
デジタルファースト条例(理念条例)を制定する事例も進行中

2)デジタル投資50%以上

事業予算の50%以上のデジタル化を目安とするのが国際標準
フランス70%、アメリカ63%、タイ45%、韓国36%

3)作る:届ける:計測する=3:6:1

サーロインの法則
佐賀市、釧路市、与論町

2, YouTube動画を活用した国際広報

全日本空手道連盟がYouTubeチャンネルを開設

<https://www.youtube.com/channel/UCuRYr09nQrX1cAzqobI2ohw>

課題と対応策

1, デジタルファースト合意形成

武道ツーリズム推進のためには、
体験素材の磨き上げ、受入環境整備、プロモーションいずれの領域も
“デジタルファースト”で施策を展開する

2, デジタルマーケティングを推進する体制強化

1)組織強化

スポーツ庁や地域にデジタルマーケティング専門統合組織の新設
例)広島県 デジタルトランスフォーメーション戦略本部
JNTO デジタルマーケティング戦略室(センターに昇格予定)

2)人材強化

中途採用、兼業採用で、デジタル人材の民間登用
例)東京都:ヤフーの宮坂社長を副知事に登用
経産省:空飛クルマPJT→週一官僚制度で2000名の専門人材応募

3)予算強化

事業予算の50%以上はデジタル上の投資する

武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

訪日観光客向け体験予約サイト“Voyagin”では、武道をキーワードにした体験を販売中。キーワードとしては“Samurai”が圧倒的に多い。

- ・ Samurai(侍) : 52体験
- ・ Karate(空手) : 9体験
- ・ Kendo(剣道) : 4体験
- ・ Aikido(合気道) : 2体験
- ・ Judo(柔道) : 0体験
- ・ ※Ninja(忍者) : 29体験

その中で、実際に武術を学ぶ体験については、有段者(黒帯)の師範から直接教えてもらえる内容が人気が高い。加えて、5つ星の高



課題と対応策

<体験の新規開発>

SamuraiやNinjaといったキーワードで体験を探している訪日観光客のニーズが強いため、首都圏のみならず、全国的に外国人目線で魅力的にうつる体験を用意すべき。

<面での訴求>

点での訴求にとどまっているため、武道を面で訴求していくべき。例えば、スポーツ庁としての特設サイトを用意したのち、販路を拡大



(参考)
環境省と国立公園のハブページと各20公園の特設ページを準備。Voyagin経由でExpediaにも販路を拡大。

(参考) 人気No.1のサムライ切り口体験



鍛冶体験

料金：72,600円（2名） 所要時間：7時間（9am-4pm）

- 岐阜県羽島の体験。職人と作った小刀を持ち帰ることができる。
- 料金も安くはなく、アクセスが良いとも言えないが、圧倒的に評価の高い口コミの影響で、毎月50人前後（約150-200万）が予約する体験に。最近では、欧米豪からリピーターが生まれている。



(参考) 人気No.1のサムライ切り口体験

<磨き上げのポイント>

● タイトル

- ✓ 鍛冶体験を“Blacksmith”と直訳するのではなく、“**Samurai knife**”という表現に設定。(実際に小刀を持ち帰ることが可能。)
- ✓ samuraiというキーワードで体験を検索している訪日観光客が多いため、検索サイトからの流入増にも寄与。

● アクセス

- ✓ “岐阜県”と訴求しても、土地勘を持たない訪日観光客が多数なので、“**京都から30分**”で現地に向かえる旨をPR。

● 料金

- ✓ 5つ星の評価が積み上がったタイミングで、2名・約65,000円から2名・約72,000円に**値上げを実施**。(満足度は変わらず)
- ✓ 加えて、10,000円を追加で支払うことで**1組限定のオプション**も設定。

(参考) 人気No.2のサムライ切り口体験



侍体験

料金：24,000円（2名） 所要時間：2時間（10am- 13pm-）

- 京都駅から約15分の大宮駅での侍体験。
- 着物に着替えたのち、武士道の説明を受けながら、実際の日本刀を扱える体験。最後には、禅を行う。毎月120名以上（約150万）が予約する人気体験に成長。

(参考) 人気No.2のサムライ切り口体験

成功事例の口コミからも欧米豪のニーズを深く理解することができる

満足しているポイント

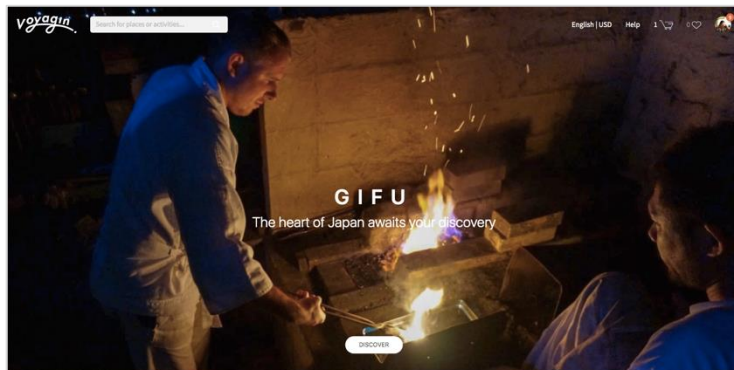
- ホストが歴史や精神文化を英語で体験者に情熱を持って自らの口で語る（カタコトでもいいので）
- 衣装や刀やワラなどの小物などにも本物を求めている（派手さは必要ではない）
- 体験内容のみならず、その土地や建物からも、日本の歴史や文化を体感できることが求められている
- 体験者自らの写真を投稿して満足してファンになっているユーザーが多いため、本人が体験している様子を写真やビデオにおさめてあげることが必要（フォトジェニックな場所と衣装）
- 地元の日本文化を継承している事業者の方々との交流そのものに価値を感じている
- 体験当日までの丁寧なコミュニケーションとフォローが体験全体の満足度を顕著にあげている

投稿された写真



(参考) 岐阜県との取組事例 (2018年～)

「匠の技」というテーマで、①焼き物、②和紙、③ナイフ・刀の切り口の体験コンテンツを企画・推進。



ACCESS ABOUT GIFU PREFECTURE EXPERIENCES

Getting There

Access:
 Tokyo to Gifu, APPROX. 2 hours
 Shinjuku to Gifu, APPROX. 1 hour 30 min
 Kyoto to Gifu, APPROX. 1 hour 45 min
 Nagoya to Gifu, APPROX. 30 min

About Gifu Prefecture

Gifu Prefecture—the literal and metaphorical heart of Japan. Connecting Japan's east and west via the Nanokido trade route, Gifu's position has given rise to a rich diversity of traditions still preserved to this day, awaiting your discovery.

Gifu's most iconic sights are the historic village of Shirakawa-go—the UNESCO World Heritage site famous for its unique gassho-zukuri thatched roofs—and Takayama, with its open-air folk museum and historic Sanmachi Sui district.

Gifu is also renowned for its crafts, still practiced in the cities and towns that originated them. Tajimi and its neighboring cities for its ceramics, Mino city for its wash paper, Seki for cutlery and sword making, Gyojo Hachiman for indigo dyeing, Hida-Takayama and Ogaki for its woodcrafting.

After having their fill of the country's metropolises and former capitals, more and more travelers feel the irresistible pull of Japan's heartland. Far from the soaring skyscrapers and grand temples, you too can find the quiet elegance of Japan waiting for you in Gifu.

Gifu's Ceramics

The former Mino Province, now southern Gifu Prefecture, gives its name to Mino ware ceramics (Mino-yaki in Japanese), a distinctive style with strong elements of "wabi-sabi" that holds high importance in tea ceremony culture. Visitors to the area can see various sub-styles such as shino, orish, senogaya, and ki-wabi.

Gifu's Japanese Paper (Washi Paper)

Mino wash paper is still made by hand in rural Gifu, a painstaking process fortunately preserved by a few dedicated artisans. This strong, beautiful, and always unique paper is central to so much of the Japanese aesthetic, from paper lanterns to sliding doors. Mino wash was once everywhere and supported this entire region with its industry.

Gifu's Blades and Knives

Gifu Prefecture is one of the few places you can still see Japanese swordsmiths at work, and Seki City is renowned for them, along with the high-quality sports knives and cutlery that the city produces. Whether in the city or hidden away in the countryside, visiting a forge or workshop is one of the most memorable experiences you can have in Japan.

Gifu's Indigo Dyeing

First developed in the castle town of Gyojo Hachiman during the Edo period (1603 - 1868), traditional Gyojo-horizome indigo-dyeing techniques have been handed down for generations. Artisans immerse textiles in a fermented indigo grass mix, matured with yeast, quicklime and other ingredients. The workplace and tools used in this process are




Gifu's Woodcraft

Gifu is also heavily wooded, and the Hida and Ogaki regions are both known for producing artisanal woodcrafts from this abundant natural resource—from elegant furnishings that grace the most discerning houses, to humble wooden sake cups that add the distinct hint of cedar to drinks across the country.

(参考) 岐阜県との取組事例 (2018年～)

ダマスカス柄のナイフを作ることができる非常にユニークな鍛冶体験。口コミ満足度も非常に高い。

Make Your Own Hunting or Kitchen Knife at a Top Knife Maker

 Voyagin Verified  Add to Wishlist  Share ID: 10765



Home > Things to do in Gifu

Visit the Knife Museum in Seki City, Gifu, and the factory of one of the country's leading knife makers, G. Sakai. Then make your own Damascus hunting or kitchen knife and write your name on it.

Highlights

- See the unique Knife Museum in Seki City, Japan's
- Visit the modern factory of leading Japanese knife
- Learn how top-quality knives are made and observe
- Make your own Damascus hunting or kitchen knife
- Write your name or a pattern of your choice on the

 Jacob

★★★★★

The Best Knife in the World

There is really no experience like this in the entire world. I got to meet THE Mr. Sakai, whose family has been forging beautiful swords and knives for generations. He and his crew were so nice, and were very helpful in explaining and showing me how to work the knife at every stage. The Damascus pattern comes out beautifully, and you can even engrave a name or symbol onto the blade, making it truly one of a kind! Be warned, this is a lot of work, as all of the sanding and sharpening will be done by hand, your hand specifically. In the end, what you put in is what you get out, make sure to give it your all when sanding to get the cleanest and sharpest blade possible. Also, a decent understanding of Japanese is beneficial to get the most out of each explanation, but not needed. However, these blades are true pieces of art, and you would be a fool to pass up the opportunity to make something so genuine, sharp, and downright gorgeous. I wouldn't give my knife to anyone for anything, and when you hold your finished blade, you'll feel the same way too.

[See less](#)

From
428.07 USD

★★★★★ 1 Reviews

[See Options](#)



Get up to 40 USD off with the Year-End Sale Coupon



Excellent choice! Secure your booking in one simple step.






Japan



(参考) 岐阜県との取組事例 (2018年～)

サムライナイフの鍛冶体験と居合い斬り体験を組み合わせた体験。

Complete Samurai Sword Experience in Seki City, Gifu

 Voyagin Verified  Add to Wishlist  Share ID: 10832



[More Photos](#)

[Home](#) > [Things to do in Gifu](#)

Visit the samurai sword museum of one of Seki City's preeminent sword makers, for the ultimate insight into the world of the katana. After the museum choose from a hands-on smithing experience, or wielding a blade yourself in a bamboo-cutting test.

Highlights

- Visit the sword shop and museum operated by an actual samurai sword maker
- Gain new insights into the knife and sword from your knowledgeable guide
- Choose from a Zen meditation and bamboo cutting course, or join in with sword-smithing!
- Pickup available from Gifu Station

From
64.78 USD

[See Options](#)



Get up to 40 USD off with the Year-End Sale Coupon



Travel smart, travel safe: our customer support team is here for you any time.



Japan

 Need Help

武道ツーリズム：2019年 空手ツーリズムの取組報告

取組状況

(内閣府沖縄総合事務局受託事業による取り組み)

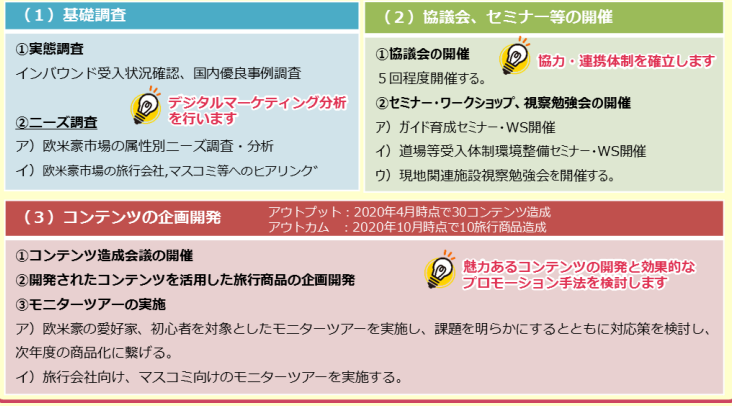
「訪日グローバルキャンペーン」に対応したコンテンツ造成事業「空手発祥の地・沖縄」空手ツーリズムコンテンツ造成事業

事業実施主体：株式会社JTB沖縄 再委託：OCVB、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター



■ 『空手発祥の地・沖縄』空手ツーリズムコンテンツ造成事業の概要（与件整理）

事業目的 空手体験プログラム・コンテンツの磨き上げ、受入体制構築及び次年度における旅行商品化を目指す



課題と対応策

- ✓ **空手ツーリズムの確立と適正な推進に向けた、プラットフォーム(拠点・窓口)の構築が必要**
→ 県内 協議会開催等での議論(将来的な取り組みに繋げる等)
→ 事業化及び連携等による可能性検討
- ✓ **空手関係者や観光事業者等のステークホルダー及び関係者の巻き込み、空手ツーリズムに対する機運醸成が必要**
→ セミナー開催(空手ツーリズムの魅力、可能性等に関する示唆)
→ 意見交換できる機会の創出(連携体制構築の必要性等)
- ✓ **受入環境整備が必要(ガイド育成、多言語対応等)**
→ セミナー開催(通訳案内士や観光ガイド等に対し、沖縄空手に関する情報のインプットや体験等を通してスキルを身につける)
→ 多言語ツール等の整備(空手独自の訳し方等への注意が必要)
- ✓ **ターゲットに応じたコンテンツ造成が必要**
→ デジタルマーケティングの活用(ビックデータ分析、ニーズ調査等)
→ 商品化に向けたフレームワークの活用(仮説・検証サイクル等)

※JTBではDMOや民間企業と連携し、沖縄での武道ツーリズムの推進を皮切りに、モデルとなる魅力ある商品造成と受入整備により、お客様と地域に喜んで頂く「武道×地域」の交流促進で消費拡大を目指したい。

武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

欧州、北米、オセアニア向けに、観光+文武両道セミナーを提案中。
試験的に参加者50名～60名程度のセミナーを2回実施。その経験から欧米からの旅行者は想像以上に日本文化に興味を持っていて、より奥深い日本体験をしたがっているということが分かった。
コンテンツは私が長年取り組んでいる、合気道、書道、その他周辺の全ての日本文化を組み合わせて利用して行っている。結果として、相互に価値を高めあう大きな効果がある。
現在小規模にてセミナーを継続実施中。
またよいコンテンツがあるので、協業できる旅行代理店を探している。

課題と対応策

スポーツツーリズム、武道ツーリズムも幅広い連携があっても大きな効果がある。現状のようなそれぞれ取り組むのでは成果がない。
行政の垣根を取り払い、一体となって活動する必要があるであろう。

※なお参考までに別紙にて前回作成した資料を添付します。

スポーツ/武道ツーリズムへの 取り組み

和の杜/ウィリアム リード

すそ野を広げる

- コアな武道探究者や特定スポーツに興味のある人々は、アプローチせずとも自ずとやってくる
単体のコンテンツでの提案では分母は増えて行かない。

そこで！

複合的なアプローチで展開。
関連性の徹底的掘り下げ。

文武合一/複合的アプローチ

体験

- 書道体験
文字を書く、墨を磨る
- 古武術・なんば歩き体験
体の使い方、歩き方の修正
- ヒモトレ
驚きの効果体験

どんな効果？

- 生活に活かす
ちよつと体が楽になる
- 仕事に活かす
ストレスの軽減
- 武道活かす
技術向上
- スポーツに活かす
技術向上、怪我の予防
集中力の向上

文武合一セミナー事例

書道



古武術



ひもトレ

Before



After



修験道

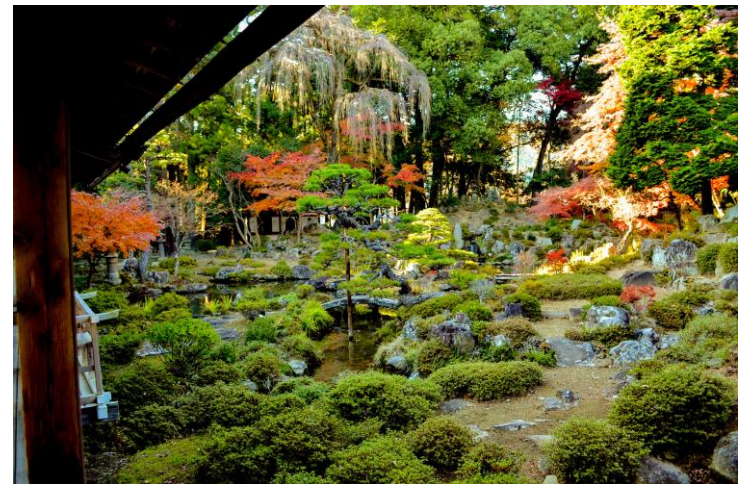


茶の湯



「場」が重要

恵林寺：1330年夢窓国師創建



武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

※イベントの実施や関係団体との調整、集客状況、対象国等報告ください。写真なども活用いただいても構いません。

●一般社団法人九州観光推進機構が進める、九州地区に点在する「侍」武道に係るコンテンツを「SAMURAI KYUSHU」のブランドで統一し、情報発信、インバウンド誘客に繋げるプロジェクトの支援・サポートを行っている。

例)

・城や武家屋敷を活用し、宿泊施設不足を補うと共に、宿泊自体をコンテンツ化する。

・着地型体験プログラムの磨き上げを行う。

(例：日本刀試し切り：大津町、
刀鍛冶：荒尾市など)

●剣道クリニックを大学と連携して開催し、指導者からの実技・理論を学ぶ機会を提供すると共に、学生との国際交流の機会を提供する。

●世界各地の剣道大会へ協賛し、感度が高い剣道有段者へ、上記プロジェクト及び剣道クリニックに関する情報発信を行う。

課題と対応策

※今後武道ツーリズムに取り組む上での課題と対応策の共有をお願いします。(例：○のため、ベーシックプログラムが必要。○○のため、全国レベルの推進団体が必要 等)

●剣道界は、師匠＝弟子の関係が強固な故、いくら弟子に向学心が強くとも、第三者的指導者から教えを請う剣道クリニックの開催は、弟子の立場上参加が難しいことが判明。

他方、日本政府（スポーツ庁）の後援があれば、師匠の理解を得られる旨も確認。そこで、弟子たちがクリニックに参加しやすい環境を整え、武道ツーリズムの実現へと繋げるために、スポーツ庁）からの後援をいただきたい。

●武家屋敷などを民泊法を活用し宿泊施設にする場合に、各自治体の教育系部所が管轄しており、観光への活用に難色を示すケースが散見される。

武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

今年8月に開催された「世界柔道2019」に合わせて全日本柔道連盟様、講道館様のご協力を頂きツアーを実施。観戦だけでなく資料館での座学、講師（オリンピック）による解説を盛り込んだ内容で実施

【内容】

嘉納治五郎先生ゆかりの「講道館」特別見学と「世界柔道2019観戦」ツアー

【設定】

設定日：8/25(日)、26(月)、27(火)、31(土)、9/1日(日)
* 計5コース設定

【ポイント】

- ・全日本柔道連盟様、講道館様の協力により実現
- ・メダリスト田辺陽子様との同行（説明・見どころ解説）
- ・講道館内・柔道資料館での解説（IJF特別展含め）

【行程】

講道館（柔道資料館、道場の見学）・・・食事・・・
・・・日本武道館（観戦） 終了後、解散

【お客様の声】

- ・柔道の歴史がわかって勉強になった
- ・田辺様の「見どころ解説」が、わかりやすかった
- ・ツアーとして申込できると安心（シニア層より）



課題と対応策

●コンテンツの開発

- ・初心者と有段者の区別を明確にしたコンテンツ作成
 - * ターゲットを明確にしたコンテンツが必要
- ・指導者の依頼先（窓口の明確さ）
 - * 講師料なども明確にする
- ・体験だけでなく歴史的な座学も必要

●人材の育成と確保

- ・歴史、文化を伝える人材確保
- ・資料館における言語対応
- ・指導者のための講座を充実

●受入環境（施設）の整備

- ・事務局機能の充実（場所、人材確保など）
 - * 受付、問合せ、当日対応など
- ・館内の内装や各種案内などハード面における充実
 - * 映像を使ったコンテンツ、多言語対応の説明
- ・体験時における用具の充実と管理
- ・施設周辺の案内
 - * 例：最寄り駅や施設周辺（自治体）に案内を設置

武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

- 2019年1月に居合道抜刀術体験プログラム販売開始
2019年11月までの体験プログラム販売状況は[資料1]の通り
- 着手～商品販売開始まで約2年かかった経緯は[資料2]の通り
- メディアの露出について
2019年2月～5月キー局のテレビ取材が相次いだ
 - ・2月15日 テレビ朝日 羽鳥慎一モーニングショー
 - ・3月14日 日本テレビ news every.
 - ・5月10日 NHKあさイチ おでかけ REPORT
 - ・7月24日 タイのテレビ番組「世界カンペ旅」テレビ朝日山形テレビ
ほか、山形県内ローカル局にて放映
 - ・7月31日 JTB INBOUND SOLUTION JTBの訪日インバウンドビジネスソリューション インバウンド事例紹介
 - ・10月18日 訪日ラボにて事例紹介 伝統「居合道」は実際のところ観光コンテンツになるのか？発祥の地、山形県村山市のインバウンド対策事例
- トピックス
 - ・7月23日 スポーツ庁来訪(増井国光さん、大門理恵さん)
 - ・9月24日 サンマリノ共和国駐日大使 宮城県白石にて体験
 - ・9月25日 米国の芸術家、チャズ・ゲスト氏体験(じゃらん)
 - ・10月9日 日本ホテルズ社長、台湾の大手ホテル社長
 - ・10月11日 第29回日本耳科学会にて居合道デモ
 - ・10月9日 山形県議会議員団視察 出張デモ
 - ・10月29日 JTB主催外国人メディア招待
 - ・11月16日 サムライトレイン東武トップツアーズ 出張デモ

課題と対応策

- 課題1. 武道の体験プログラムを運営するための受け入れ体制づくり勉強会と、体験商品の品質の標準化の必要性について
 - ・武道体験プログラムを運営する団体が集まって、運営のためのノウハウを共有する。協議会的なものがあればいい。
 - ・日本では、多くはイベント的なものが多く、常時受け入れ可能な体験商品になっているところが少ない。
 - ・武道ツーリズムの体験商品をつくる際の、安全性の確保、エンターテインメント性、外国人の対応の仕方、受け入れ態勢整備についての資金調達などなどについて話し合いできることが望ましい。
 - ・見る体験、やる体験、ともにレベルの高い商品が多くなることで全体としての市場からの信頼度が増す。しっかりした体験プログラムをつくるためには、武道指導者に観光客を相手にするためのノウハウと受け入れ態勢づくりが必要。
 - ・居合道の場合、保険加入がかなり難しいので解釈についてアドバイスがほしい。現在は施設賠償保険で対応。
- 課題2. 武道ツーリズムとしての全体的なブランドづくり
 - ・東京オリンピック、パラリンピック終了後の次の狙いとして、武道ツーリズム世界大会のような大きなイベントを開催して、武道ツーリズムニッポンを発信することで、ブランドイメージをつくり出すというのはどうか。

月	体験者 人数	日本		アメリカ		オーストラ リア		カナダ		欧州		中国		台湾		タイ		シンガポール		アフリカ		南アメリカ		サンマリノ共 和国		トルコ		サムライショー	
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	サムライショー見 学者数/開催回	
1月	3											3																	
2月	2	2																											
3月	19	14			3									2															
4月	10	5	3	1		1																							
5月	9	5	2		2																								
6月	9	5	4																										
7月	30	15	8	2	1				1					1		2												24/1回	
8月	13	8	2		1					1																1		27/1回	
9月	7	3	1	1														1						1				90/1回	
10月	12	1	2	1	2									2	1				1		2							700/5回	
11月	32	23	9																									40/1回	
12月																													
小計(人)	146	112		14		1		1		1		3		6		2		1		1		2		1		1		1351	
比率(%)		76.7%		9.5%		0.7%		0.7%		0.7%		2.0%		4.1%		1.4%		0.7%		0.7%		1.4%		0.7%		0.7%			
合計(人)		1497																											

2017年

2018年

7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月							
	第3回ワーク ショップ	②ワーキングG	③ワーキングG	IBM「SCC」体験 会	④ワーキングG	日立常務一行体験	第4回ワーク ショップ中間報告	⑤ワーキングG	Peach 香港メ ディアトリップ	商品プラン概要ま とめ	⑦ワーキングG	居合体験会観光 関係者向け	⑧ワーキングG	第5回ワーク ショップ報告会	プロモーション 営業に向けた人選

2018年

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月						
			事業実施の人選と受け入 れ態勢の検討	地域おこし協力隊関係体 制の確立	販売窓口と予約受付体制 の確立準備	プロモーション、商品内 容精査	モニターツアー打合せ	市長関係者体験会	台湾メディア招請 (山形県)	旅行会社商品造成視 察(山形県)	市役所関係者招待	番組取材対応体験	プレス発表会	市民向け体験会

2019年

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月									
体験プログラム発売開始	居合道発祥の地でサムライ体験プログラム 発売開始																		
市民向け体験会	居合体験 1月 3名	居合体験 2月 2名	居合体験 3月 19名	居合体験 4月 10名	居合体験 5月 9名	居合体験 6月 9名	観光庁次長エクスカーション	居合体験 7月 29名	居合ショー 7月24名	居合体験 8月 13名	居合ショー 8月27名	居合体験 9月7名	居合ショー 9月99名	居合体験 10月 12名	居合ショー 10月70名	居合体験 11月 32名	居合ショー 11月40名	体験会 2回 10月11月14名	次年度の商品見直し検討会

武道ツーリズムの取組の現状報告

取組状況

「弓道」x「茶道」x「禅」を体験することで、日本人の精神世界を体感。
RWC2019の期間中、結果としてオーストラリアがメインターゲット。

料金57,000円/人 所要時間約4時間30分

弓道体験、茶道体験、鈴木大拙館、各体験指導料・入館料、記念Tシャツ、道着レンタル、足袋、記念バッジ、修了証書、保険料等含む



(関係先)

石川県弓道連盟・裏千家奈良先生
星稜大学・鈴木大拙館

7日間1日4人限定で実施(28人)

販売数0件



鈴木大拙館(禅)



弓道体験



兼六園散策



茶道体験



課題と対応策

(課題)

- ・「武道」(弓道)が体験できるというプロモーション
- ・体験のレベル(指導レベル)
- ・通訳のレベル(専門用語が多い)
- ・体験可能日が限定的
- ・フルパッケージ(弓道x茶道x禅)複雑(商品構成)
- ・販売時期・販売手法

(対応策)

- ・商品構成を見直すことで
 - 1) 指導レベルの見直し又は簡素化(映像・パネル利用)
 - 2) 体験可能日を増やす
 - 3) 価格帯を見直す
- ・常時体験可能及び予約ベースで設定

(所感)

オーストラリア向けG広告での反響はとて高く、非常に高い関心が見受けられた。

着地型の体験商品として文化体験に加え「武道体験」が出来ることはインバンドに向けて地域の大きな魅力醸成に繋がるので、継続して取り組んでいく。

月刊「武道」の連載記事のような指導者サイドの機運醸成も重要であり、受入れ体制の整備(指導レベル等)、ライト層が門を跨げる状態を作ることが重要である。